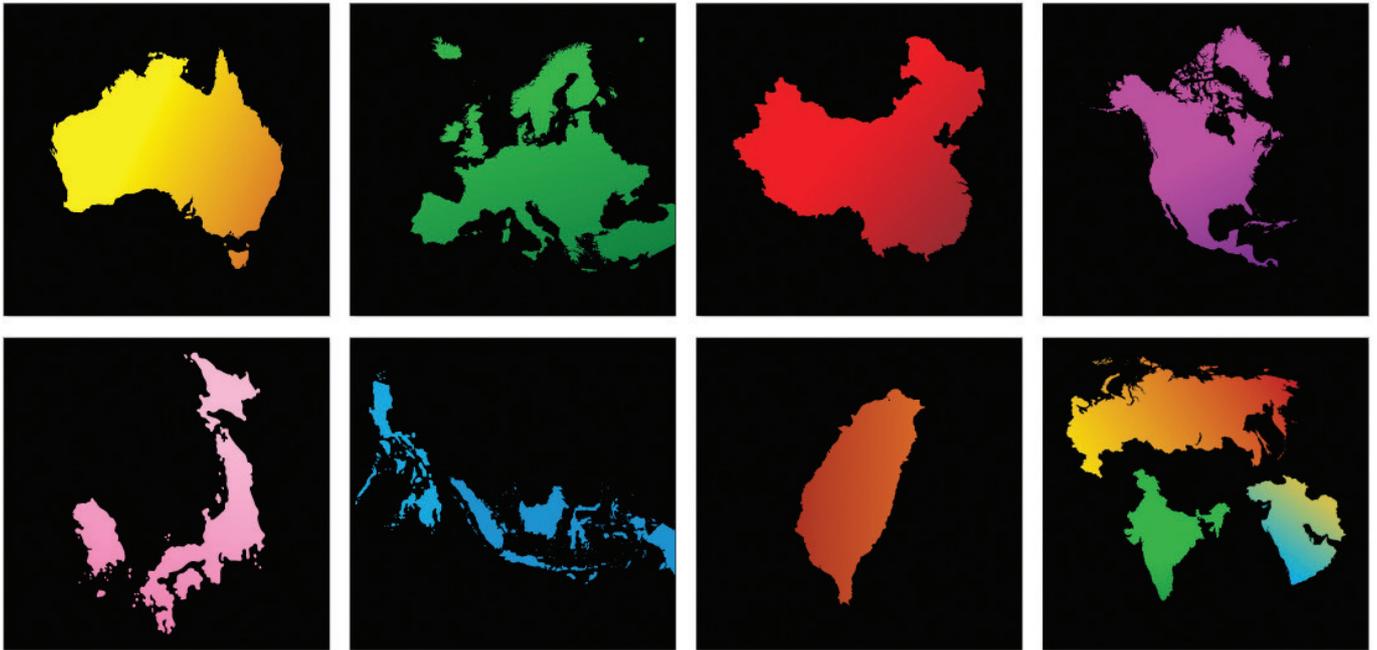


海外推廣 爭取曝光



旅發局將不少的資源投放到市場推廣上，並綜合利用公關宣傳、數碼媒體、業界活動等不同的推廣渠道，以針對不同市場和客群的喜好，從而更直接地接觸潛在旅客。這裏列出了部分旅發局於年內，因應個別市場所進行的推廣工作。

澳洲 / 新西蘭

在澳洲，旅發局主力宣傳香港夏季的特色，相關工作如與當地旅行社 Flight Centre 攜手推廣本港多元化的購物優惠、生活文化，以及「龍舟嘉年華」等主要活動。旅發局更與Flight Centre 合作，透過後者逾 700 個門市銷售點和網站，促銷香港的旅遊產品。此外，旅發局亦有利用廣告、Facebook等進行宣傳，以增加推廣效力，並且讓香港「亞洲國際都會」的品牌更廣為人知。



歐洲

在法國舉行的「波爾多葡萄酒節」，是舉世聞名的盛事。旅發局特別借助這項大型活動的舉行，於泛歐地區推出一連串公關宣傳活動以推廣香港：

在法國，香港以「榮譽城市」的身份參與「波爾多葡萄酒節」，並於會場內設立大型的「香港展區」，邀請多位本港米芝蓮星級名廚輪流獻技，即場炮製首本名菜，並推介以中式美食配搭波爾多佳釀的嶄新口味。會場內亦同時設有專區，介紹香港的傳統藝術文化。這次推廣成功獲得國際傳媒的廣泛報道，為香港爭取到不少曝光機會，並有助強化香港「亞洲美食之都」的形象。

在英國，旅發局與當地著名中式餐館合作推出「香港餐單」，並聯同廣受歡迎的網上飲食雜誌《Square Meal》及飲食博客，推廣香港的美酒佳餚。至於在德國，旅發局亦與當地主要的傳媒合作推介香港的美食，成功吸引當地傳媒的興趣，刊登近100篇有關香港的報道。



中國內地

在中國內地，旅發局利用廣受歡迎的社交媒體及流動平台，如微博、WeChat，作為我們進行全國性推廣的主要宣傳工具。

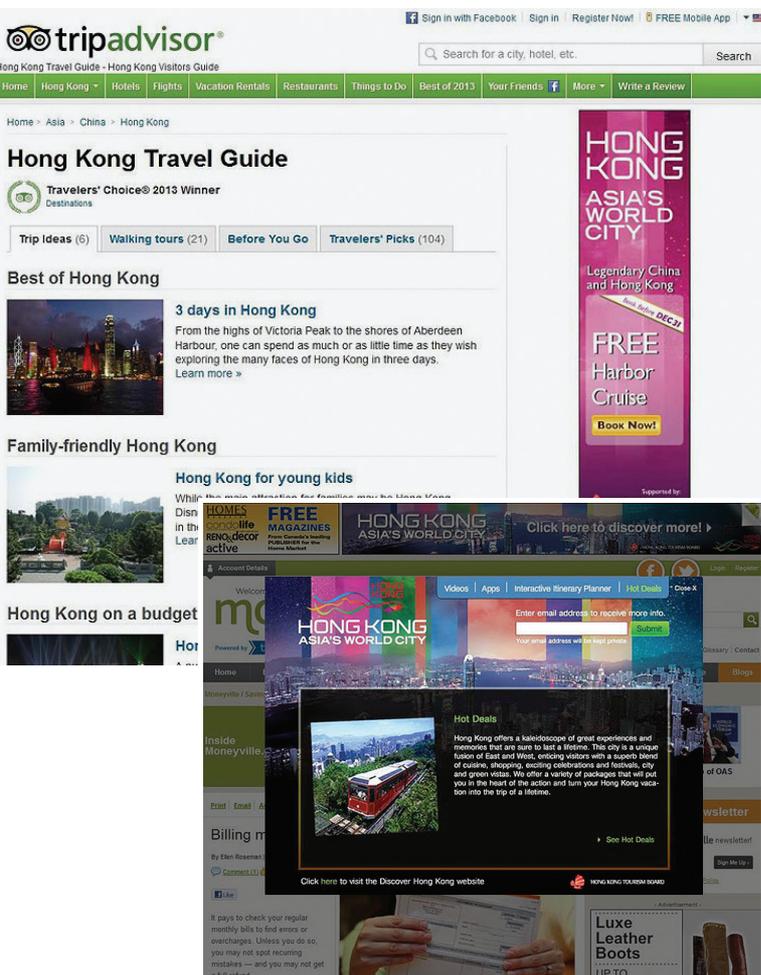
在2012年，旅發局除了繼續集中在兩個旅遊旺季進行推廣外，還針對社交媒體及流動平台的主要用家——年青人，推出「香港萬聖狂歡月全國性網絡媒體行銷」活動。這個行銷活動以一個具有互動功能的專門網站作為骨幹，再配合在視頻、旅遊、時裝和社交網絡推出廣告，以及舉辦公關活動及大型消費者活動，以達成最大的推廣成效。旅發局更憑著這項富有創意的推廣計劃，獲「2012年度金贏銷大獎」及「2013年度金鼠標·網絡營銷大賽」頒發獎項。

北美洲

旅發局主要利用數碼媒體，以鞏固香港「亞洲國際都會」的品牌形象。

在美國，我們積極透過數碼媒體，推廣香港的品牌形象。我們與當地佔有領先地位的媒體平台TubeMogul合作，於網絡上播放「亞洲國際都會」宣傳短片，以建立香港的品牌知名度，致力吸納當地較高消費力的客群。所有數碼橫額的廣告，在設計上也會突顯「亞洲國際都會」的品牌形象。此外，我們也加強互聯網搜尋引擎的推廣功效，並在銷售旅遊產品的網站中，播放「亞洲國際都會」的宣傳短片，讓當地消費者對香港這個旅遊目的地，有更深刻的印象。

在加拿大，我們與多個媒體平台合作，包括 SAY、Olive 和 Tribal Fusion，在網絡上播放「亞洲國際都會」宣傳短片，從而提升香港在當地的曝光。此外，我們亦向當地傳媒，發放關於香港生活文化的宣傳片段，及旅發局的新聞資料，當中包括影音新聞稿，並鼓勵他們廣泛報道。



北亞

中式美饌在日本很受歡迎。旅發局乘著香港特別行政區政府於日本舉辦推廣活動，以及商務及經濟發展局局長到訪當地期間，特別舉辦為期長達一個月的美食推廣活動，安排本港出色的點心師傅前往當地協助推廣，並即場示範製作特色點心。在活動舉行期間，旅發局更舉辦大抽獎，並透過廣告、旅發局網站等宣傳是項活動。

在南韓，旅發局致力提升在市場推廣方面的成本效益，積極吸引無論於當地，以至其他亞洲地區均極受歡迎的南韓電視節目來港拍攝。在年內，旅發局先後成功邀請了多個收視高企的電視節目，當中包括KBS電視台的「Sponge Zero」及「Dream Team」節目來港取景，至於參與拍攝的演藝名人則包括著名表演團隊如ShiNee、2PM及FTIsland的成員。



東南亞

在新加坡，旅發局與擁有無數支持者的年青名廚 Willin Low 合作，帶領來自新加坡和馬來西亞的傳媒來港進行美食之旅，品嚐香港美食。其後，旅發局更加與 Willin Low 合作，於他旗下位於新加坡的 Wild Rocket 餐廳推出別出心裁的香港餐單，並透過在當地舉辦公關活動、推出戶外宣傳廣告及進行網上推廣，加強宣傳效力。

針對菲律賓市場，旅發局在馬尼拉一個人流極高的商場，展出大型的萬聖節「錯覺畫」，以引發當地人士對「香港萬聖狂歡月」的興趣。期間，旅發局與宿霧太平洋航空合作，於商場內促銷香港的旅遊產品，又利用 Facebook、Twitter 這些社交媒體，宣傳香港的萬聖節特色和精彩活動。

在印尼，旅發局首次參加 Garuda Indonesia International Islamic Expo，以開拓穆斯林客群。至於在泰國，旅發局則參加了「泰國國際旅遊展」，致力與當地業界建立更緊密的合作關係。

台灣

香港特別行政區政府於2012年9月開始，接受合資格的台灣旅客，透過互聯網免費預先辦理入境登記來港旅遊。因應這項措施所帶來的便利，旅發局特別推出名為「去香港，立刻就好」的宣傳短片，並透過網站、博客貼文及公關推廣等途徑進行宣傳，以鼓勵台灣旅客來港旅遊。此外，旅發局亦透過媒體，向當地消費者推介香港作為短程旅遊目的地之特色與吸引力，以提升他們的訪港興趣。

至於名為「香港逗陣行」的Facebook專頁，則是旅發局另一針對台灣市場而推出，而且非常有效的推廣工具。例如，旅發局於「香港萬聖狂歡月」推廣期間，曾經舉辦以年青人為對象的社交媒體活動，並於Facebook推出專門應用程式，成功招募超過82,000名「粉絲」。



新市場

在俄羅斯，因應冬天乃當地的旅遊旺季，旅發局集中吸引旅客於冬季訪港，並綜合利用數碼媒體、電台廣播、公關宣傳及戶外廣告等多個途徑進行宣傳。此外，旅發局於當地聯同國泰航空，以及一家旅行代理商合力進行推廣，以提升香港旅遊品牌的知名度。透過推出這些推廣活動，訪港的俄羅斯旅客數字亦有顯著增加，對比之前一年同期，錄得41.8%的明顯增幅。

至於在海灣合作委員會地區，旅發局積極推動旅客在齋戒月後訪港。旅發局除了在當地的大型商場舉辦消費者推廣活動外，還安排在擁有逾1億觀眾的泛阿拉伯電視頻道MBC1上，播放有關香港的電視節目，以加強當地消費者對香港的認知。



在另一新市場印度，旅發局以當地主要城市的家庭客群作為重點推廣對象。我們與Network 18電視頻道合作推出「香港·亞洲國際都會」旅遊節目，鼓勵當地消費者在夏、冬兩個旅遊旺季來港。這個旅遊節目由寶萊塢女演員Sandhya Mridul主持，分為夏季和冬季兩個專輯，並於2012年6月，以及2012年12月至2013年1月期間，分別在擁有4,500萬觀眾群的美國有線電視新聞網(CNN)的IBN頻道，以及覆蓋逾3,000萬家庭用戶的CNBC TV18頻道播放，同時亦在這兩個電視頻道的YouTube專頁播出。此外，配合這個旅遊節目的推出，旅發局亦聯同著名旅行社Thomas Cook，於印度舉辦「Family Love Contest」，以吸引當地的家庭客群。

另外，旅發局於2013年1月28日，首次舉辦「印度旅遊業訪港交流團」，以促進印度和香港旅遊業界之間的合作。是次交流團共有來自印度六個主要城市共41家旅行社，以及51間香港公司參加。

焦點盛事 無盡精彩



旅發局於年內繼續推出10個大型宣傳項目，讓旅客體驗到香港於不同時刻都綻放驚喜。旅發局除了舉辦多項大型活動外，還積極推廣由本地其他機構舉辦的盛事和精彩節目。旅發局亦期盼透過這些大型宣傳項目，能夠為旅遊及相關業界進一步提供平台，拓展商機。



傳統文化匯

在4月份舉行的「傳統文化匯」中，旅發局重點向旅客推廣「長洲太平清醮」、「佛誕」、「天后誕」和「譚公誕」四大傳統節慶，鼓勵他們親身體驗香港的道地風俗。

旅發局除積極推介香港各區舉辦的慶祝活動外，還於天后誕當日特別安排40艘漁船，聯同中式帆船「鴨靈號」，在維多利亞港上巡遊。另外，旅發局在「傳統文化匯」期間，亦有向旅客推介首次在港展出的佛教界聖物佛頂舍利。



夏日盛會

香港的夏日有形形色色的精彩活動，為旅客帶來難忘體驗。當中，旅發局的夏季推廣焦點，是由盛事基金贊助的「香港龍舟嘉年華」（龍舟嘉年華）。這個嘉年華除包含了「香港國際龍舟邀請賽」與「生力啤酒節」兩大精彩活動外，還有首度在港舉辦、並且是本港歷來最大型的團體運動賽事——「李錦記第八屆國際龍舟聯合會世界俱樂部錦標賽」（世錦賽），令香港的夏季倍添熱鬧氣氛。

除此之外，旅發局亦積極推廣由其他機構舉辦的夏日大型活動，如「香港書展」、「香港動漫電玩節」、「香港夏日流行音樂節」等。

另外，旅發局連續第六年與Visa合作，於夏季這個旅遊旺季，推出獎賞活動，為指定商場和商戶使用Visa信用卡消費的旅客，提供特別優惠與獎賞，推動旅客在港消費。

「香港龍舟嘉年華」

- 吸引來自21個國家逾5,000位龍舟好手參與
- 為期六天的「香港龍舟嘉年華」，共吸引多達426,600人次圍觀



世錦賽冠名贊助



龍舟嘉年華
大會指定啤酒



「香港購物王」
比賽冠名贊助





中秋節

香港的中秋節慶祝活動相當豐富，舉例有大坑舞火龍，以及由康樂及文化事務署舉辦的多個綵燈會等。為了更添佳節氣氛，旅發局與李錦記（香港）有限公司合作，於維多利亞公園設立名為「萬燈喜月」的巨型月亮綵燈。在六天的展出期內，先後吸引了43萬人次前來觀賞。

「綵燈大觀園」冠名贊助



萬聖狂歡月

10月是「香港萬聖狂歡月」，本港多個人氣景點均會推出萬聖節慶祝活動，加上多個商場的應節佈置和精彩優惠，都讓全城陷入狂歡尖叫之中！旅發局特別把這些主題活動，如香港海洋公園的「十月全城哈囉喂」、香港迪士尼樂園的「黑色世界」、香港杜莎夫人蠟像館的「活命狂奔」等主要活動串連推廣，鼓勵旅客前來體驗香港濃厚的萬聖氣氛。



美酒佳餚月

旅發局連續第四年獲得美國運通國際股份有限公司支持，舉辦「美國運通香港美酒佳餚巡禮」，規模更是歷屆之最。場內除了設有多個專區，分別呈獻法國波爾多、意大利的美酒佳餚外，還新增「甜品天地」和「新產品區」兩大專區，以及舉辦兩場各具主題的「美酒文化薈」大型派對。入場人士在這個一連四天的活動中，可盡享環球美酒佳釀、醉人音樂，完全陶醉於休閒愉悅的美好時光！

緊隨「美國運通香港美酒佳餚巡禮」後，旅發局也積極推廣由本港多個美食區、餐飲業界及多間酒店配合「美國運通香港美酒佳餚月」所推出的精彩餐飲優惠與禮遇，展現香港的無盡美味。

為期四天的「美國運通香港美酒佳餚巡禮」

- 入場人次達188,000，創出新紀錄
- 葡萄酒消耗量達32,000瓶
- 共售出30,965張品酒證

冠名贊助





郊野全接觸

旅發局於秋風送爽的遠足季節，連續五個星期日為旅客舉辦免費遠足導賞團，帶領他們暢遊薄扶林水塘、南丫島、麥理浩徑、龍脊及大嶼山。旅發局亦印製全新版本、易於攜帶的登山遠足指南，方便旅客，特別是自助遊旅客計劃適合自己的行山路線。此外，旅發局在多個短途市場與媒體合作，招募當地的遠足愛好者來港參與「香港郊野全接觸」活動，並安排當地攝製隊來港拍攝自然景致，從而向海外消費者推介。



繽紛冬日節

香港的冬日瀟灑著浪漫氣氛，極富節慶特色。在年內，旅發局與Tiffany & Co.合作於中環皇后像廣場設立「Tiffany閃耀聖誕」，以充滿童話色彩的旋轉木馬，以及約樓高六層的巨型聖誕樹作為當中焦點。廣場內更設有華麗的聖誕裝飾，讓旅客感受到濃濃的聖誕氣氛。「Tiffany閃耀聖誕」部分收益撥捐「伸手助人協會」作慈善用途，協助長者服務。

同時，旅發局於「香港繽紛冬日節」推廣期間，亦積極協助商場及主題公園等相關業界夥伴，推廣其冬日優惠與精彩活動，務求為旅客帶來多姿多采的冬日體驗。

至於由新世界發展有限公司贊助的「新年·新世界·香港除夕倒數」活動，則為2012年畫上完美的句號。匯演以香港會議展覽中心作為焦點，規模更是歷年之最。絢麗的煙火從海面 and 陸上同步發放，令舉世聞名的維多利亞港夜空更添璀璨！

除夕倒數匯演

- 獲全球多個電視台廣泛報道合共超過1,000次，當中美國有線電視新聞網(CNN)、英國廣播公司(BBC)、中央電視台(CCTV)等重要媒體更直播現場的盛況，觀賞人數多達數百萬
- 香港榮獲美國有線電視新聞網(CNN)選為「全球十大擁有最具特色除夕活動的城市」之首



「Tiffany閃耀聖誕」
榮譽贊助

TIFFANY & CO.

香港除夕倒數
冠名贊助

新世界發展有限公司
New World Development Company Limited





香港新春節慶

由國泰航空公司冠名贊助的「國泰航空新春國際匯演之夜」（新春國際匯演）為蛇年揭開序幕！新春匯演以「開心香港·環球派對」為主題，來自世界各地的表演隊伍施展渾身解數，呈獻源源不絕的精湛表演，加上美輪美奐的花車團隊，令觀賞人士嘆為觀止。

匯演過後，旅發局特別在大埔林村展出多部花車，供大眾近距離觀賞。多支國際表演團隊也分別在大埔林村及多個主要商場再度送上精彩表演，與旅客及市民同賀新歲，延伸新春的歡樂氣氛。

新春國際匯演之夜

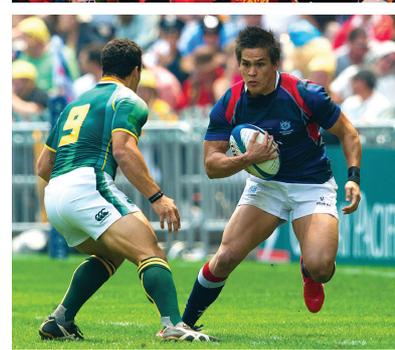
- 共有23支表演團隊及13部花車參與匯演
- 吸引12萬觀眾沿途圍觀，當中約一半為旅客

新春國際匯演冠名贊助



其他盛事

除了舉辦多項大型活動外，旅發局也積極推廣由其他機構所舉辦的大型活動，以強化香港「盛事之都」的形象。這些盛事包括「香港藝術節」、「香港國際電影節」等文化藝術活動；以至「香港國際七人欖球賽」、「香港馬拉松」、「香港國際賽事」、「香港高爾夫球公開賽」等體壇盛事，務求令旅客體會到無論何時到訪香港，都可以參與到多姿多采的好節目。



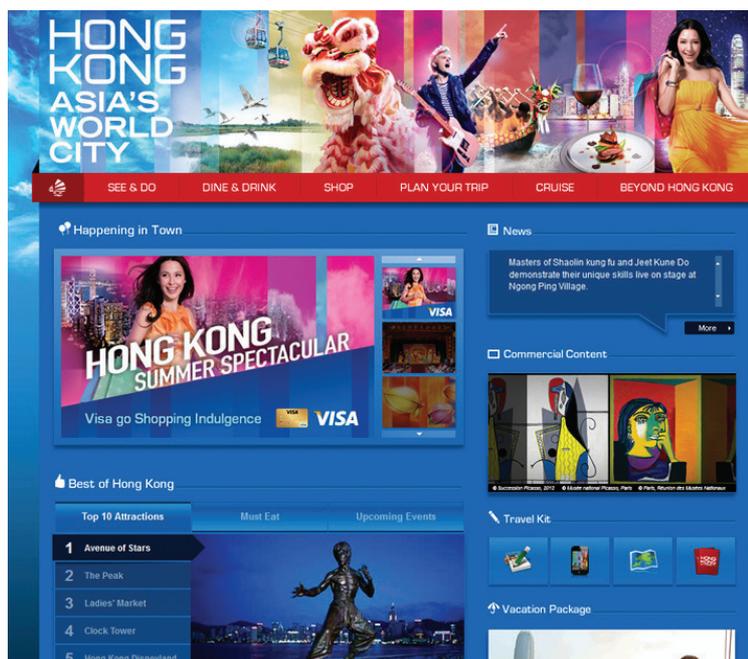
創意推廣 緊貼潮流



數碼媒體及傳播對消費者的影響與日俱增，效力不容忽視。為此，旅發局亦加強在數碼媒體和公關宣傳方面的推廣力度，並積極加入創意元素，以吸引消費者。在數碼媒體推廣方面，我們在年內推出了全新面貌的旅發局網站，並加強運用社交媒體，以及推出嶄新的流動應用程式。在公關宣傳方面，我們亦致力與世界各地的主要電視頻道和媒體合作，務求為香港爭取更多傳媒曝光，又舉辦緊張刺激的「香港購物王」比賽，藉此推介香港豐富多元的吸引力。

全新旅發局網站

旅發局推出全新DiscoverHongKong.com網站，以色彩繽紛的條紋作為各版面之主要背景，象徵香港時刻不同、充滿精彩的吸引力。旅發局亦豐富了網站的內容及功能，例如增設「我的智遊行程」功能，幫助旅客編排在港行程。旅發局網站共設有22個市場版本，其中18個已在2012-13年度內完成，餘下的版本亦會於2013-14年度內完成。



社交媒體推廣

社交媒體的力量無遠弗屆，是一個極佳的推廣渠道。為了更好地把握這個大趨勢，我們在2012年6月革新「Discover Hong Kong」及「香港逗陣行」兩個 Facebook 專頁，並於年內為旅發局合共擁有逾100萬名「粉絲」的社交媒體平台，包括Twitter和新浪微博等，進行革新，務求為用戶帶來更多新鮮感和豐富的資訊。



流動應用程式

今時今日，智能手機已經十分普及，不少旅客亦會攜帶智能手機來港。為此，旅發局於年內推出了「香港·離島漫步遊」及「香港·旅遊指南大全」兩個全新流動應用程式，方便旅客獲得有關香港的旅遊資訊，並加深了解本港的生活文化。旅發局推出的流動應用程式，截至2013年3月共錄得逾150萬次下載。

公關宣傳

旅發局獲得Visa支持，連續第三年合作舉辦緊張刺激的「Visa go香港購物王」比賽。這個比賽除了吸引來自印度、印尼、中國內地、馬來西亞、菲律賓、新加坡、南韓、台灣和泰國九個國家及地區的队伍來港參賽，更加成功獲得區內傳媒及消費者的廣泛關注。在比賽期間，各隊伍須按照大會所分派的四個不同處境情況，設計在港旅遊行程，以突顯本港多元化的旅遊特色。旅發局更安排參賽隊伍所屬的國家或地區的傳媒隨隊來港，報道賽事盛況，為香港爭取國際傳媒曝光。

此外，為了加強這項推廣工作的成效，旅發局特別推出「香港夏日映畫」網站，在上述多個客源市場為「Visa go 香港購物王」比賽募集參賽者。至於在本地，旅發局則與潮流雜誌《Milk》合作舉辦攝影比賽，邀請公眾提交快拍照片，推介香港鮮為人知的好去處。旅發局更把快拍照片提供予「Visa go香港購物王」參賽者作參考之用，以便他們為比賽作好準備。

這項區域性公關推廣活動，成功吸引逾200萬名用戶瀏覽相關的社交媒體專頁，及獲得34個國際傳媒廣泛報道。

此外，旅發局一直有透過傳媒，尤其是滲透力相對較高的電視頻道進行推廣。在2012-13年度，旅發局成功邀請多個國際性和區域性的電視台，合共64個電視節目來港取景。



- 韓國KBS電視台的「Let's Go! Dream Team Season 2」節目
- 印度Sab TV頻道的「Chintu Ban Gaya Gentleman」節目
- 俄羅斯NTV電視台的「Ih Navy」節目
- 英國旅遊頻道的「The Asian Times」節目
- 中國中央電視台的「第一時間」節目

夥伴合作 共創雙贏



與業界夥伴合作無間，是旅發局推廣工作的成功關鍵。旅發局除了積極與業界夥伴建立聯繫外，還致力促進本港與海外旅遊業界之間的合作與交流，以推動本港旅遊業的整體發展。



業界活動

在2012-13年度，旅發局繼續聯同本地旅遊業界進軍不同的客源市場。我們分別於九個國家及地區，包括中國內地、菲律賓、日本、德國、英國，以及新市場印度、俄羅斯、阿拉伯聯合酋長國和越南，合共參加了11場業界展銷會。此外，旅發局亦在亞洲七個國家及地區進行推廣，合共舉辦了11場業務洽談會，當中包括在2012年5月與香港酒店業協會的代表團聯袂前往日本參與「Best of the Best Hong Kong Food」推廣活動。

為了鼓勵海外業界積極向其客戶推廣香港，旅發局年內共安排了32個業界考察團，招待了17個國家及地區的旅遊業界代表來港，以便他們了解香港旅遊業的最新發展動向及相關產品。

在年內，旅發局與海內外業界夥伴合作推出了四項策略性推廣計劃，當中包括：與新加坡Zuji合作推出「Discover Hong Kong Passport」優惠套票，讓旅客可以一次過盡享香港七大主要旅遊景點的優惠；聯同香港旅遊業議會，與香港八和會館合作舉

辦「粵劇體驗場」，加深旅客對粵劇藝術的認識；與旅遊網站Travelocity合作推出數碼推廣計劃，為旅客呈獻富吸引力的酒店優惠；以及在馬來西亞吉隆坡舉行的「大馬國際旅遊展銷會2013」中，聯同太興飲食集團為購買香港旅遊產品的人士呈獻餐飲優惠。

旅發局亦聯同澳門和中國內地多個省市的旅遊局，合力向旅客推廣「一程多站」行程。另外，旅發局將「香港旅業網」轉化為有效的商業網絡平台，以加強我們與海內外業界的交流。



「一程多站」推廣

年內，旅發局與以下多個機構合力推廣「一程多站」行程：

- 與深圳市文體旅遊局在美國紐約和洛杉磯，以及加拿大溫哥華和多倫多進行推廣
- 與粵港澳旅遊推廣機構合作，在印度的真奈、孟買、新德里三個城市進行推廣
- 與澳門特別行政區政府旅遊局合作於「莫斯科國際旅遊展」推廣
- 與雲南省旅遊發展委員會合作於「世界旅遊交易會」推廣「一程多站」旅遊



香港旅業網

旅發局全面革新「香港旅業網」，把網站轉化為全面、互動的商業對商業網絡平台，務求為業界提供更完善的支援。旅業網除了換上現代化的設計外，亦載有旅發局及旅遊業界的最新資訊，並新增了多項業界支援功能，包括「個人專區」及「旅業交流站」。

全新面貌的旅業網亦是通往國際網絡的門戶，已登記的業界夥伴的公司資料可獲列入「公司索引」中，讓全球業界夥伴瀏覽；業界夥伴亦可以更新其公司簡介，以展示公司的資訊及最新的優惠，有助尋找潛在夥伴拓展商機。

郵輪旅遊 潛力無限



圖片提供：蘋果日報



在郵輪旅遊方面，香港雖然鄰近珠江三角洲這個增長快速的客源市場，但如要進一步鞏固香港郵輪樞紐的形象，其中一個關鍵，是必須要在區域層面上互相配合。為此，旅發局有策略地與亞太區多個港口深化合作，並鼓勵郵輪公司開拓包含香港和區內其他港口在內的航線。2012年6月，中央政府宣佈允許內地旅行團乘坐郵輪從香港到台灣後，繼續乘坐該郵輪前往日本或韓國旅遊，再返回內地。旅發局積極鼓勵郵輪公司把握這個措施所帶來的便利，開發新的北行航線，以提高郵輪假期的吸引力，並刺激內地郵輪市場的增長。



邁亞密郵輪博覽

在國際層面上，旅發局於2013年3月參與國際著名的郵輪業界盛事，參加人數逾11,000名的「邁亞密郵輪博覽」。旅發局除了於活動中設立展台、參與業界交流活動，並進行公關宣傳外，旅發局總幹事劉鎮漢先生更獲邀為「Asia — An Expanding Market」專題演講擔任主講嘉賓，向國際郵輪業界和郵輪公司的主要決策人推廣啓德郵輪碼頭，以及香港作為郵輪樞紐的優勢。



Moderator: Chris Hayman, Chairman, Seatrade
 Panelists:
 Graeme Adams, VP, Voyage Planning, Port & Land Programs, SeaDream Yacht Club
 Bruce Krumrine, Vice-President of Shore Operations, Europe & Exotica, Princess Cruises
 William Ng, Chief Operating Officer, Star Cruises
 Michael Pawlus, Director, Strategic Itinerary Planning & Scheduling, Silversea Cruises Ltd
 John Tercek, Vice President, Commercial Development, Royal Caribbean Cruises Ltd

香港郵輪論壇

為加強與國際郵輪公司的聯繫及促進區內港口間的合作，旅發局於2013年1月舉辦首個「香港郵輪論壇」，廣邀郵輪公司負責航程規劃和市場營銷的高層人員、鄰近港口和旅遊局的代表，以及郵輪業界持份者參與。旅發局亦有向參與論壇的嘉賓，介紹啓德郵輪碼頭的優勢。



豐盛會展 商機處處



年內，旅發局的香港會議及展覽拓展部合共為1,916項會展活動提供協助。旅發局亦有為來港參與不同會展活動的旅客，提供所需服務和優惠，並透過「商機在此!」及「Hong Kong Rewards!」優惠計劃，豐富會展旅客在港的體驗。

在2008至2012年期間，訪港過夜會展旅客由116.7萬增加至160.6萬，共增加了37.6%；而過夜會展旅客的人均消費則由6,747港元增加至10,208港元，共增加了51%。在這五年間，香港會議及展覽拓展部共為超過6,000項會展活動提供支援，款待逾120萬會展旅客，並協助逾145,000人次的會展旅客享用特快入境專櫃服務。

會議及獎勵旅遊

由於會議及獎勵旅遊的表現較容易受經濟因素影響，為此，旅發局年內於有關方面的推廣工作，主要集中在中國內地、印度，以及其他在環球經濟狀況不明朗的情況下，仍相對具有增長潛力的客源市場。

旅發局分別於中國內地和台灣推出「會獎旅遊挑戰賽」，鼓勵當地承辦會獎活動的機構積極游說客戶來港舉辦活動。

在印度，旅發局亦首次在新德里和孟買，舉辦會議及獎勵旅遊路演。

此外，超過20,000人參與的「如新集團大中華地區大會2012」是旅發局於年內接待過最大規模的會獎團隊。該活動使用了亞洲國際博覽館內所有場館，並特設一座長達28米、打破健力氏世界紀錄的基因模型，以慶祝集團成立20周年。



客戶意見

「如新集團大中華地區大會2012」的主辦機構代表如新集團大中華領導力事務區域副總裁暨港澳總裁楊東發先生：

「香港作為一個國際化大都市，擁有眾多優秀的供應商，並能夠為活動統籌提供全方位的服務。對這樣大規模的活動而言，一應俱全的服務尤其重要。我們在香港能夠與高品質的製作室及活動公司合作，將各種創新要素融入到活動之中。」





「世界牙科聯盟年會」

- 逾10,000名參加者在本港參與第100屆「世界牙科聯盟年會」。

「國際青年商會亞太大會」

- 逾4,700名「國際青年商會」會員，包括2,000名來自日本的代表在港參與這項盛事。

「亞洲景點博覽會」

- 2012年舉辦的博覽會，佔用的場地面積是歷屆之最，同時亦獲得買家的踴躍支持。博覽會共展出274間公司的產品及服務，吸引逾3,200名來自65個國家及地區的主題樂園、博物館、動物園及度假區的買家入場。

大型會議

在2012-13年度，多項大型會議如「世界牙科聯盟年會」、「國際青年商會亞太大會」、「亞洲景點博覽會」等，均先後在港舉行。

年內，旅發局成功爭取48個大型會議落實於2012至2019年期間在香港舉行，預計將吸引逾35,000人參與。

為了在各地加強宣傳香港作為「亞洲會展之都」的優勢，旅發局亦積極參與多個主要的業界展銷會，當中包括在西班牙巴塞隆拿舉行的「歐洲會議及獎勵旅遊展覽」(EIBTM)，推介香港在會展旅遊方面的吸引力。此外，旅發局於年內亦曾接待訪港的「美國專業學術聯會管理人員組織」高層管理人員和理事會成員，並致力與其他協會保持良好的夥伴關係，積極向他們推廣本港一流的會展設施和服務。我們更與這些協會於海外，尤其是在美國的主要決策人員，建立夥伴關係，以吸引更多大型會議來港舉行。

客戶意見

「2012世界牙科聯盟年會」的主辦機構代表世界牙科聯盟主席Orlando Monteiro da Silva醫生：

「MEHK是我們親密的合作夥伴，從投標、大會推廣到包括歡迎儀式、香港牙醫學會晚宴在內的主要活動安排，他們在整個過程中都不遺餘力地給予支援和說明，對此我們深表感謝。」

展覽

為鞏固香港作為「亞洲展覽之都」的領導地位，旅發局與業界合作，推出具成本效益的雙贏方案，開拓商機。我們與相關的業界夥伴聯袂前往法國出席「全球展覽峰會」，並在阿布扎比舉行的第79屆「國際展覽聯盟會議」期間舉辦交流活動。這些活動讓我們有機會接觸到826位來自世界各地的展覽業高層和專業人士。另外，我們亦有為美酒、美食、藝術等多個不同性質的展覽會提供支援。

「亞洲營養食品展」

- 共有逾160家環球企業參與

「亞太區國際葡萄酒及烈酒展覽會」

- 共有來自28個國家共1,050位參展商參加，入場人士多達15,785名

「Contemporary Art in Hong Kong」

- 活動匯聚了超過60間畫廊，逾5,500名藝術愛好者

客戶意見

「亞洲營養食品展」的主辦機構代表Informa Exhibitions 項目總監Chris Lee先生：

「無論是基礎設施、交通和場館，還是金融地位，香港都是最現代、發展最完善的城市之一。不過，我們選擇這裏的最大原因，是因為香港容易進出，亦是通往中國的最佳門戶……來自160個國家的潛在參觀者不用簽證即可自由進出，這對整個流程而言都極為重要。我們必須確保眾多出席者能夠輕易到達同一地點，進行業界內的交流。」



優質服務 致勝之道



讓旅客在港能夠獲得賓至如歸的體驗，是旅發局的重要工作。為此，我們致力提升旅客諮詢中心和聯絡中心的服務質素，以提高服務標準。

在年內，旅發局轄下其中兩個旅客諮詢中心，均以全新面貌為旅客提供服務。至於我們推行的「老友記」計劃亦招募了一批新的義工，致力為旅客提供更優質服務。此外，旅發局亦積極擴展「優質旅遊服務」計劃，以推動更多商戶竭誠為顧客提供優質服務。



「優質旅遊服務」計劃

- 在年內，獲得「優質旅遊服務」計劃認證的商舖共有 8,264間。
- 舉辦了一系列路演，加強旅客和市民對「優質旅遊服務」的認識。



旅客資訊及服務

- 在2012-13年度，旅發局的旅客諮詢中心合共為超過200萬名旅客提供服務。
- 91%的來電查詢均能於20秒內獲工作人員接聽，高於業界一般在30秒內接聽80%來電的標準。
- 旅發局竭力為旅客提供優質服務，年內曾獲頒發多個卓越服務獎項，當中包括於香港國際機場的「優質顧客服務計劃」中獲獎。



屢獲殊榮 贏盡口碑



旅發局的創新意念和卓越表現，持續得到各界的肯定與嘉許。在2012-13年度，旅發局先後獲頒發多個獎項，以表揚我們於不同領域的優秀表現。

香港

- 《商旅》雜誌（中國版）
[2012 Business Traveller China Awards](#)
 - 「全球最喜愛的商務旅遊城市」
- 《商旅》雜誌（亞太版）
[2012年度讀者調查](#)
 - 「全球最佳商務城市」
 - 「東北亞區最佳商務城市」
- 《CEI Asia Pacific》雜誌
[2013年度行業大獎](#)
 - 「亞太區最佳商務城市」
- 《Travel Weekly》報刊
[中國旅遊業界獎2012](#)
 - 「年度最佳自由行目的地」
- 《新聞晨報》
[2012新聞晨報旅遊行業大賞](#)
 - 「2012年最佳美酒佳餚目的地」
- 《東方早報》
[非常之旅世界旅行大獎2012](#)
 - 「2012年最受歡迎目的地」
- Ctrip.com
[Ctrip Best Tourist Destination of the Year Awards 2012](#)
 - 「2012年十大最佳目的地」
- China Cruise Shipping and International Cruise Expo Organization Committee
[China Cruise Shipping Awards 2012](#)
 - 「最佳郵輪旅遊目的地」
- 《MICE China》雜誌
[2012年度中國MICE產業金椅子獎](#)
 - 「2012年中國最佳會獎旅遊城市」
- 《新旅行》雜誌
[Voyage Travel Brand Annual Award](#)
 - 「2011年度最受歡迎家庭親子遊目的地」
- 中國出境旅遊網
[中國出境遊風雲榜](#)
 - 「2011年度最受歡迎亞洲目的地」

「香港·亞洲國際都會」推廣平台

- 旅遊目的地形象平面廣告
 - [Galaxy Awards 2012](#)
 - 「廣告 - 平面廣告推廣計劃」組別優異獎
 - [ASTRID Awards 2012](#)
 - 「平面廣告」組別金獎
 - [PATA Gold Awards 2012](#)
 - 「市場推廣媒體 - 旅遊平面廣告」組別金獎
- 品牌宣傳短片
 - [Galaxy Awards 2012](#)
 - 「影片及數位光碟 - 品牌體驗」組別優異獎
 - [ASTRID Awards 2012](#)
 - 「影片 / 數碼光碟：品牌體驗」組別銀獎
 - [PATA Gold Awards 2012](#)
 - 「市場推廣媒體 - 旅遊推廣影片」組別金獎
 - [Questar Awards 2012](#)
 - 「廣告 - 旅遊」組別銀獎

創意推廣項目

- 香港萬聖狂歡月
 - [2013年度金鼠標·網絡營銷大賽](#)
 - 年度最佳品牌活動網站
 - 整合營銷類·銅獎
- 旅發局2010/11年報
 - [ASTRID Awards 2012](#)
 - 「年報 - 非牟利機構」組別銅獎
 - [Galaxy Awards 2012](#)
 - 「設計 - 年報 - 非傳統 - 亞洲 / 太平洋」組別優異獎
- 「香港郊野全接觸」系列小冊子 — 《朋友帶路·情遊香港小島》及《專家帶路·香港登山遠足指南》
 - [Galaxy Awards 2012](#)
 - 「小冊子 - 特別項目」組別金獎
 - [PATA Gold Awards 2012](#)
 - 「旅遊書籍：旅遊指南」組別金獎

創意推廣項目 (續)

- 旅發局龍年月曆
[Galaxy Awards 2012](#)
 - 「推廣：月曆」組別金獎
- 「2011香港美酒佳餚月」戶外展品
[Galaxy Awards 2012](#)
 - 「推廣：特別項目」組別銅獎
- 「Quest for Harmony」綜合市場推廣活動
[2012 Travel Weekly Magazine Magellan Awards](#)
 - 「旅遊目的地市場推廣活動」組別金獎
- 麥兜親子推廣立體書
[ASTRID Awards 2012](#)
 - 「最佳自我推廣」組別大獎
 - 「自我推廣：其他」組別金獎
- 日本旅行業協會國際觀光旅遊展2011展台設計
[ASTRID Awards 2012](#)
 - 「特別項目－展覽展台」組別銅獎
- Hong Kong Pavilion at IT&CM Asia
[Sticky Awards 2012](#)
 - Bronze Award in “Stickiest National Pavilion” category
- Tour Expo 2012 Booth Design
 - Best Booth Marketing Award
- Korea World Travel Fair 2012 Booth Design
 - Best Booth Operation Award
- Busan International Travel Fair 2013 Booth Design
 - Best Booth Design Award
- 2012北京國際旅遊博覽會展台設計
 - 最佳展台獎

數碼媒體推廣

- Travelocity 香港酒店推廣
2012 Travel Weekly Magazine Magellan Awards
 - 「旅遊目的地網路市場推廣」組別銀獎
- 「香港·都會漫步遊」手機應用程式
ASTRID Awards 2012
 - 「特別項目 – iPhone應用」組別銅獎
- 「香港·AR旅遊導覽」手機應用程式
Mob-Ex Awards 2012
 - 「最佳手機應用程式 / 政府 / 社區內容」組別金獎
- 「香港夏日映畫」社群媒體推廣策略
Marketing Excellence Awards 2012
 - 「社群媒體推廣」組別金獎

Galaxy Awards 2012

 - 「嶄新推廣媒體 – 互動品牌宣傳策略」組別銅獎
- 「2011 香港萬聖狂歡月」專題網站
Galaxy Awards 2012
 - 「嶄新推廣媒體 – 互動品牌宣傳策略」組別金獎
- 「2011香港夏日盛會」專題網站
PATA Gold Awards 2012
 - 「推廣媒體 – 網站」組別金獎
- 「2012 Visa go 香港購物王大賽」網上宣傳
2012美麗說年度大獎
 - Most Popular Brand Online Event in Brand Promotion Awards
- DiscoverHongKong.com 網頁
Mercury Excellence Award 2012
 - 「網頁/嶄新推廣媒體 – 重新設計 / 重新推出 / 媒體」組別金獎
 - 「無障礙網頁嘉許計劃」銀獎

會展獎勵旅遊推廣

- 旅發局「香港會議及展覽拓展部」
[Meetings and Conventions Gold Awards 2012](#)
 - 「會議及旅遊局」組別金獎
- 香港會議及展覽拓展部「大嶼山 — 會展獎勵旅遊靈感之旅」宣傳策略
[Galaxy Awards 2012](#)
 - 「宣傳」組別卓越大獎
 - 「推廣：旅遊目的地宣傳策略」組別金獎

優質旅客服務

- 2011/12香港國際機場優質顧客服務計劃
 - 個人獎 — 易韻婷、何港生
 - 團隊獎 — 趙淑儀、葉芷莉

旅發局全球辦事處

- 首爾辦事處
[Korea Travel News](#)
 - 「最佳海外旅遊局」
- 北京辦事處
[《新京報》](#)
[中國旅遊品牌總評榜北京榜](#)
 - 「2011年度最具推廣力的境外旅遊局」
- 法蘭克福辦事處
[Go Asia Awards 2013](#)
 - 「亞洲最佳海外旅遊局」第二名